



**SOVA**  
consult

Аудит продаж  
Построение продаж с нуля и до результата  
Увеличение продаж  
Внедрение технологий продаж  
Обучение и работа с персоналом  
Исследование

**Гарантия: в случае недостижения результата – возврат денег по договору.**

+7 960 283-44-81 [info@sovaconsult.ru](mailto:info@sovaconsult.ru)



**Инструкция для создания  
продуктовой линейки**

Задавались ли вы вопросом, почему, потенциальные клиенты, боль которых решает ваш продукт или услуга не конвертируются в покупателей? Так происходит, потому что большинство бизнесов продуктоориентированы и начинают свою воронку сразу с продажи основного продукта.

Существуют факторы, влияющие на продажи. Например: вовлечённость, доверие, уровень доходов и другие. **Идея продуктовой линейки** заключается в том, что мы можем влиять на каждый из этих факторов прямым или косвенным образом, что приводит к повышению вероятности покупок и их регулярности.

Каждый элемент продуктовой линейки воздействует на определённый фактор:

- **Лид Магнит** — вовлечённость.
- **Трипваер** — доверие.
- **Основной продукт** — привлекает основную целевую аудиторию.
- **Оптимизатор прибыли** — повышает или понижает сумму покупки, в зависимости от финансовых возможностей покупателя.
- **Тропинка возврата** — делает покупки у вас регулярными.

Какие элементы и в какой последовательности вам нужно использовать, чтобы создать эффективную продуктовую линейку.

## Лид Магнит

Бесплатный продукт, который предлагают получить в обмен на контактные данные.

## **Характеристики Лид Магнита:**

- Решает специфическую проблему.
- Быстрый в потреблении. Для его применения достаточно 10-15 минут, даёт возможность сразу ощутить результат.
- Нацелен на вашего идеального покупателя.
- Должен показать вашу экспертизу.
- Заголовок Лид Магнита должен полностью отражать суть, нести в себе результат потребления и создавать впечатление, что продукт легко применить.

## **Из чего состоит Лид Магнит:**

- Обещание: что человек получит при подписке.
- Связь — почему вы создали это и для кого.
- Ключевые моменты — проблемы и решения.
- Призыв к действию — что нужно делать дальше.

## **Примеры Лид Магнитов**

- Экспертные знания: курс, видео, pdf-отчёт, статьи;
- Торговля: доставка, бонус при покупке, обучающие материалы;
- Программное обеспечение: бесплатный период, демоверсии.

## **Трипваер**

Дешёвый, но ценный продукт, может быть частью основного продукта. Его цель — сподвигнуть клиента совершить первую покупку у вас. Предложение, от которого нельзя отказаться.

## **Характеристики трипваера:**

- Полезный, но не полный: показывает, что, но не как.
- Требуется короткого времени на применение и даёт быстрый результат.
- Должен быть нацелен на вашего идеального покупателя.
- Ценность должна сильно превышать цену.
- Стоимость должна быть ниже порога принятия решения, чтобы клиент мог его приобрести не задумываясь.

## **Примеры продукта трипваера:**

- Шагомер за 50 руб. при продаже курса по спортивной ходьбе.
- Запись видеокурса при продаже коучинга.

## **Основной продукт**

Главный продукт, который вы хотите продать.

## **Характеристики основного продукта:**

- Самостоятельный продукт.
- Несёт в себе трансформацию.
- Решает полноценно проблему, боль покупателя.
- Должен повесить вашу экспертность в глазах клиента.

## **Оптимизатор прибыли**

Целью оптимизатора прибыли является увеличение средней потребительской ценности и общее взаимодействие с покупателем. Это основной источник дохода.

## **Механики оптимизаторов прибыли:**

- Up-sell — продажа с повышенным чеком, дороже основного оффера.
- Down-sell — продажа с понижением цены, дешевле основного оффера.
- Cross-sell — продажа дополнительных (связанных) продуктов.
- Long Tail — технология продаж большого количества продуктов по цене, которая ниже порога принятия решения, по низкой цене.
- Bundle — продажи связками.
- Flash Sale — технология периодического повышения цены.

## Тропинка возврата

Продукт, который гарантирует более частое возвращение вашего покупателя к вам или процесс превращения вашего лида в покупателя.

### Характеристика тропинки возврата:

- Стоит не дорого.
- Решает хроническую потребность.
- Быстро потребляема.
- Подразумевает цикличные оплаты, должна возвращать клиента в ваш бизнес снова и снова.

### Примеры тропинки возврата:

- Рекуррентные платежи.
- Абонентская плата.
- Ежемесячный взнос.



Аудит продаж  
Построение продаж с нуля и до результата  
Увеличение продаж  
Внедрение технологий продаж  
Обучение и работа с персоналом  
Исследование

**Гарантия: в случае недостижения результата – возврат денег по договору.**

+7 960 283-44-81 [info@sovaconsult.ru](mailto:info@sovaconsult.ru)